

บทที่ 6

บทสรุป

การศึกษาในเรื่อง “ บทบาทของศูนย์การค้าชานเมืองด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร :กรณีศึกษาย่านบางกะปิและบริเวณใกล้เคียง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการ บทบาทหน้าที่ และรศมีการให้บริการของศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออก ที่มีผลต่อชุมชนพักอาศัยในย่านบางกะปิและบริเวณใกล้เคียง โดยทำการศึกษาสภาพปัจจุบัน ทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคมของพื้นที่ศึกษา รวมทั้งเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อลดปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นในพื้นที่และแนวทางในการพัฒนาศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร

สำหรับการศึกษาค้างนี้ มีประชากรเป้าหมายเป็นผู้ใช้บริการภายในศูนย์การค้าย่านบางกะปิ 5 ศูนย์การค้า คือศูนย์การค้าเดอะมอลล์ , ตะวันนา , แมคโคร , น้อมจิตต์ และศูนย์การค้าบางกะปิคอมเพล็กซ์ รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Window 95 Version 7.5 โดยใช้ระเบียบวิธีทางสถิติ , ความถี่ และร้อยละของตัวแปรในการศึกษา ซึ่งในส่วนแรกของการศึกษาจะแสดงให้เห็นถึงข้อมูลพื้นฐานในด้านต่างๆของการศึกษา หลังจากนั้นจะเป็นรายละเอียดในด้านต่างๆของศูนย์การค้าในย่านบางกะปิ และในส่วนสุดท้ายเป็นการวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่างๆของเมืองอันเกิดจากบทบาทของศูนย์การค้า ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

6.1 สรุปบทบาทและพัฒนาการศูนย์การค้าชานเมืองด้านตะวันออกกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครได้มีการขยายตัวในเรื่องพื้นที่เมืองและการใช้ที่ดินมาตลอด โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นจากเขตชั้นในออกมาสู่รอบนอก คล้ายระลอกน้ำออกจากใจกลางเมือง ไปเกาะกลุ่มอยู่ตามชุมชนต่างๆเป็นจุดโดยมีถนนสายสำคัญเป็นตัวนำการใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตชานเมือง ทำให้เกิดย่านการค้าในบริเวณชานเมืองมากขึ้นที่เกิดจากการวางแผนของนักลงทุนภาคเอกชนที่เล็งเห็นว่าพื้นที่ที่มีการขยายตัวของชุมชน สอดคล้องกับโครงสร้างเมืองแบบหลายศูนย์กลาง (Multiple Nuclei Theory) ที่แต่ละศูนย์กลางมีความสมบูรณ์ในตัวเองและอยู่ไม่ห่างกันมาก มีสาธารณูปโภคสาธารณูปการพอเพียงสำหรับชุมชนซึ่งไม่ต้องพึ่งศูนย์กลางใหญ่ของเมืองเพียงอย่างเดียว

การขยายตัวของกรุงเทพมหานครมาทางทิศตะวันออกนั้น ได้เริ่มจากการขยายตัวของพื้นที่พักอาศัยและย่านพาณิชยกรรมที่เกาะตัวตามถนนลาดพร้าว และถนนรามคำแหง ซึ่งเป็นถนนสายหลักเชื่อมเขตเมืองชั้นในเข้าสู่พื้นที่ย่านบางกะปิ โดยมีถนนสุขาภิบาล 1 , 2 และ 3 เชื่อมพื้นที่ออกสู่พื้นที่ชานเมืองด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังมีถนนศรีนครินทร์ที่สามารถออกสู่พื้นที่ภาคตะวันออกได้อย่างสะดวกอีกด้วย จากจำนวนของจำนวนบ้านจัดสรร , อาคารสำนักงาน / พาณิชยกรรม , ศูนย์การค้า ที่เกาะตัวอยู่ตามริมถนนสายสำคัญเหล่านี้ทำให้สรุปได้ว่าการขยายตัวของเมืองนั้นขยายตัวตามเส้นทางคมนาคมสายหลักจากพื้นที่ในเมืองออกสู่พื้นที่ชานเมือง

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเขตต่อเมืองที่เป็นพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองกับชนบทและมีรูปแบบการใช้ที่ดินที่หลากหลายปะปนกันหลายประเภท (Mixed Used) จากเดิมที่ส่วนใหญ่การใช้ที่ดินจะเป็นการใช้เพื่อเกษตรกรรม ต่อมาเมื่อมีการขยายตัวของย่านที่พักอาศัย , พาณิชยกรรม เข้ามาในพื้นที่การใช้ที่ดินจึงเปลี่ยนแปลงไปเพื่อเป็นการพาณิชยกรรมมากขึ้น โดยเกาะตัวและหนาแน่นตามถนนสายสำคัญรวมถึงถนนสายที่ตัดกัน ซึ่งศูนย์การค้าชานเมืองที่เกิดขึ้นในพื้นที่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานครก็เป็นลักษณะนี้เช่นกัน โดยทุกแห่งเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่และอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนหรือแหล่งพาณิชยกรรมเพื่อความสะดวกในการเข้าถึงของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถจับจ่ายใช้สอยโดยไม่ต้องเดินทางเข้ามาในเมือง อีกทั้งพื้นที่ชานเมืองมีที่ว่างอีกมากและราคาไม่สูงเท่ากับพื้นที่ในเขตเมืองชั้นใน รวมถึงมีโครงข่ายการคมนาคมที่ทันสมัยการจราจรสะดวก ดังนั้นศูนย์การค้าเหล่านี้มักจะมีขนาดใหญ่ ครอบคลุม มีการออกแบบและตกแต่งที่ทันสมัย ศูนย์การค้าด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานครในปัจจุบันได้แก่ ศูนย์การค้าย่านลาดพร้าว , ศูนย์การค้าย่านบางกะปิ , ศูนย์การค้าย่านรามคำแหง , ศูนย์การค้าย่านศรีนครินทร์ , ศูนย์การค้าย่านสุขาภิบาล 1 – 3 เป็นต้น

จากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และสภาพพื้นที่ศึกษา ทำให้สามารถสรุปปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดการขยายตัวของศูนย์การค้าในพื้นที่ชานเมืองด้านตะวันออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งย่านบางกะปิ ได้ดังนี้

6.1.1 มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมต่อการลงทุน เนื่องจากพื้นที่สามารถเชื่อมโยงกับเขตชั้นในและจังหวัดรอบนอกได้อย่างสะดวกจากเส้นทางคมนาคมในพื้นที่

6.1.2 ราคาที่ดิน เนื่องจากมีการขยายตัวของธุรกิจการลงทุนในพื้นที่ส่งผลให้ราคาที่ดินเพิ่มขึ้น 1 – 2 เท่าตัว ในปี พ.ศ.2539 แต่หากเปรียบเทียบกับราคาที่ดินในเมืองที่นี้จะมีราคาถูกกว่า

6.1.3 การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรมีการเปลี่ยนแปลงมากกว่าการเปลี่ยนแปลงโดยรวมของกรุงเทพมหานครถึง 4 เท่า

6.1.4 ลักษณะประชากรส่วนใหญ่เหมาะสมกับการลงทุนในพื้นที่ มีกลุ่มนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาครัฐบาล / เอกชน ต่างๆ และประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรบริเวณชานเมืองรอบนอก รองรับการลงทุน

6.1.5 การเกี่ยวข้องเชิงแข่งขันหรือส่งเสริมกัน มีศูนย์การค้าที่กระจุกตัวรวมกันภายในย่านบางกะปิ ถึง 5 แห่ง และย่านรามคำแหง 4 แห่ง ตลาดสดขนาดใหญ่ 3 แห่ง , และร้านค้าสะดวกซื้อกว่า 46 แห่ง จึงเป็นแหล่งรองรับการขยายตัวด้านการค้าและบริการ

6.2 รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออกของกทม.

การศึกษาศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ทั้ง 20 แห่ง ครอบคลุมในบางส่วนของพื้นที่เขตลาดพร้าว – วังทองหลาง – ประเวศ – สวนหลวง – สะพานสูง – มีนบุรี และเขตบางกะปิ พบว่าศูนย์การค้าแต่ละแห่งนั้นมีความแตกต่างกันทั้งในด้านขนาดของศูนย์การค้า , ประเภทของสินค้า , จำนวนผู้ใช้บริการ ซึ่งส่งผลให้รัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าแตกต่างกัน และผลจากการออกแบบสอบถามว่าผู้ใช้บริการศูนย์การค้ามีกระจายตัวของการเดินทางมาจากพื้นที่ใดบ้าง โดยนำผลทั้งหมดที่ได้มาพิจารณาควบคู่กับทฤษฎีการจัดลำดับศักยภาพศูนย์การค้าของ JOSEPH DE CHIARA (1969) พบว่ามีความสอดคล้องกับทฤษฎีดังกล่าว โดยสามารถแบ่งศูนย์การค้าทั้ง 20 แห่งในพื้นที่ชานเมืองด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานครออกเป็น 3 ระดับ ได้ดังนี้

1. ศูนย์การค้าในระดับท้องถิ่น (Neighbourhood Shopping Center) มีรัศมีการให้บริการประมาณ 1-2 กิโลเมตร มีจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ฟู้ดแลนด์ซูเปอร์มาร์เก็ต , ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต , ฟู้ดโลอัน ซูเปอร์มาร์เก็ต
2. ศูนย์การค้าระดับชุมชน (Community Shopping Center) มีรัศมีการให้บริการประมาณ 3 กิโลเมตร มีจำนวน 14 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าอิมพีเรียล ลาดพร้าว , ศูนย์การค้าตะวันนา , ศูนย์การค้าจอมจิตต์ , ศูนย์การค้าบางกะปิ คอมเพล็กซ์ , ศูนย์การค้าเวลโก้ ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ , ศูนย์การค้าเพาเวอร์เซ็นเตอร์ , ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ 2 และ 3 รามคำแหง , ศูนย์การค้าสยามจัดโก้ ศรีนครินทร์ , ศูนย์การค้าสยามจัดโก้ สุขุมวิท 1 , ศูนย์การค้าส่งคาร์ฟูล , ศูนย์การค้าเซี่ยสุสุขุมวิท 3 และศูนย์การค้าส่งโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์

3. ศูนย์การค้าระดับภูมิภาค (Regional Shopping Center) มีรัศมีให้บริการประมาณ 5 กิโลเมตรขึ้นไป มีจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางกะปิ , ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ , ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์ , และ ศูนย์ค้าส่งแมคโคร บางกะปิ

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ในเขตรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าเหล่านี้กับจำนวนผู้ใช้บริการล่าสุดที่ศูนย์การค้าเหล่านั้นต้องการ พบว่าศูนย์การค้าทุกแห่งมีจำนวนผู้ใช้บริการที่สอดคล้องกับขนาดของศูนย์การค้าแต่ละแห่ง จะมีศูนย์การค้าเพียง 1 แห่งที่มีจำนวนผู้ใช้บริการต่ำกว่าจำนวนลูกค้าล่าสุดที่ศูนย์การค้าต้องการ คือศูนย์การค้าอิมพีเรียลเวิร์ลลาดพร้าว เนื่องจากเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ มีพื้นที่ประมาณ 35,000 ตารางเมตร ที่ประกอบไปด้วยสวนน้ำลอยฟ้า , สวนสนุกขนาดใหญ่ , โรงภาพยนตร์ รวมถึงร้านค้าย่อยกว่า 300 ร้านค้า มีการจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่เป็นสินค้าถาวร (Durable Goods) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นศูนย์การค้าระดับภูมิภาค สามารถบริการประชาชนประมาณ 150,000 คน / วัน (JOSEPH DE CHIARA) แต่ศูนย์การค้าอิมพีเรียลเวิร์ล สาขาลาดพร้าวนี้ มีจำนวนผู้ใช้บริการต่อวันเพียงประมาณ 30,000 คน/วัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับขนาดของศูนย์การค้าที่จัดว่าอยู่ในระดับภูมิภาคแต่มีจำนวนผู้ใช้บริการเทียบได้กับศูนย์การค้าระดับชุมชน และเมื่อพิจารณาด้านที่ตั้งพบว่าศูนย์การค้าในย่านนี้มีลักษณะกระจุกตัว ซึ่งส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันของรัศมีการให้บริการของศูนย์การค้าหลายแห่งในพื้นที่ด้านตะวันออกนี้

โดยเฉพาะอย่างยิ่งย่านการค้าบางกะปิจัดเป็นย่านการค้าที่มีระดับความเป็นศูนย์กลางสูง มีศูนย์การค้าเป็นตัวดึงดูดที่สำคัญของย่าน และยังมีบทบาทหน้าที่เป็นศูนย์กลางด้านการค้าและบริการควบคู่ไปกับการเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็น Central Service ของชุมชนในเขตชานเมืองด้านตะวันออก เนื่องจากย่านบางกะปิและพื้นที่ชานเมืองด้านตะวันออกเป็นที่ตั้งของชุมชนขนาดใหญ่ และเป็นปราการด้านสำคัญจากภาคตะวันออกสู่กรุงเทพมหานคร เพราะมีการพัฒนาระบบคมนาคมที่ทันสมัยและพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ทุกทิศทุกทาง ส่วนการมีบทบาททางด้านเศรษฐกิจและสังคมเนื่องมาจากมีระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่พร้อม ศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นในย่านนี้จึงรองรับความเจริญในพื้นที่ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง และยังมีส่วนผลักดันให้ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลง ในลักษณะการขยายตัวและพัฒนาเป็นไปอย่างรวดเร็วขึ้น

6.3 บทบาทของศูนย์การค้าชานเมือง

บทบาทความสำคัญของศูนย์การค้าชานเมืองด้านตะวันออกนั้น มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการของประชาชนในย่านชานเมือง ที่จากเดิมต้องเดินทางเข้าไปในเมืองเพื่อซื้อสินค้าและบริการจากย่านการค้าหรือศูนย์การค้าในเมือง แต่ปัจจุบันเมืองมีการขยายตัวจากชั้นในออกสู่ชั้นนอกเพิ่มมากขึ้น และศูนย์การค้าได้ขยายตัวตามออกมา ส่งผลให้ศูนย์การค้ากลายเป็นศูนย์กลางการค้าและบริการของชุมชน และสร้างความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ให้กับชุมชนอย่างมากมาโดยบางส่วนได้ส่งผลด้านลบแก่ย่านชุมชน จากการวิเคราะห์แบบสอบถามและจากการสำรวจ สามารถสรุปบทบาทของศูนย์การค้าการต่อเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆของเมือง ได้ดังนี้

6.3.1 บทบาทของศูนย์การค้าต่อเศรษฐกิจของเมือง

- เขตบางกะปิสามารถมีรายได้จากการจัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดินเป็นอันดับหนึ่ง จากอาคารศูนย์การค้าที่กระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ ซึ่งศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางกะปิ เป็นอาคารที่เสียภาษีโรงเรือนและที่ดินให้กับเขตบางกะปิมากที่สุด
- ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวกและมีทางเลือกในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการมากขึ้น จากการแข่งขันกันเองของศูนย์การค้าทั้ง 5 แห่งภายในย่านการค้าบางกะปิ
- ราคาที่ดินสูงขึ้นในบริเวณย่านการค้าบางกะปิ และริมถนนสายหลักที่สำคัญ เช่น ถนนลาดพร้าว , ถนนสุขุมวิท 1 ฯลฯ ที่มีศูนย์การค้าเข้าไปตั้งอยู่ ทำให้ราคาที่ดินในเมืองสูงขึ้น
- กิจกรรมร้านค้าย่อยในชุมชนเสื่อมถอย เพราะทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อเข้าถึง , ขนาดที่จอดรถ เช่น บริเวณริมถนนบริเวณสำนักงานเขตบางกะปิ, ศูนย์การค้าดีเซลมเบอร์ , อิมพีเรียลเวิร์ด บางกะปิ รวมถึงการแข่งขันทางการตลาดของศูนย์การค้าทั้ง 5 แห่งในบริเวณย่านการค้าบางกะปิ ก็มีผลทำให้อาคารร้านค้าย่อยในชุมชนเสื่อมถอยด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ในปัจจุบันศูนย์การค้าขนาดใหญ่ทั้งแบบดิสคานท์สโตร์และแบบครบวงจร ได้มีการพัฒนารูปแบบการขายสินค้าประเภทอุปโภค / บริโภค ให้กับชุมชน โดยการจำหน่ายภายใต้ชื่อสินค้าของตนเองปะปนกับสินค้าทั่วไปตามท้องตลาด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโรงงานรายย่อยของเมืองที่ผลิตสินค้าประเภทนี้ต่อไปในอนาคต เนื่องจากพื้นที่ขายสินค้าเป็นของศูนย์การค้าโดยตรง จึงมีศักยภาพในการจัดวางสินค้าได้โดยสะดวกภายใต้เงื่อนไขที่ตนเองกำหนด ซึ่งในอนาคตผู้ผลิตสินค้านรายย่อยของเมืองอาจไม่สามารถดำรงอยู่ได้

6.3.2 บทบาทของศูนย์การค้าต่อการจราจรของเมือง

- ส่วนใหญ่การเกิดและการกระจุกตัวของการเดินทาง (Trip Generation) ของผู้ใช้บริการมายังศูนย์การค้าในย่านบางกะปิเป็นผู้ที่อยู่ในเขตบางกะปิมากที่สุด ร้อยละ 22.2 รองลงมา ได้แก่ เขตบึงกุ่ม ร้อยละ 11.7 ส่วนในต่างจังหวัดได้แก่ จ.สมุทรปราการ ร้อยละ 2.7 ซึ่งมีความถี่การใช้บริการ ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส คิดเป็นร้อยละ 40.9

- ปริมาณการกระจายการเดินทางจากที่ต้นทางไปยังพื้นที่ปลายทางต่าง (Trip Distribution) พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางจากที่พักอาศัยมายังศูนย์การค้า คิดเป็นร้อยละ 80 โดยใช้บริการในวันอาทิตย์ ร้อยละ 71.3 ,วันเสาร์ ร้อยละ 62.5 โดยมาใช้บริการวันธรรมดาเวลา 16.00-20.00น. ร้อยละ 56.2 และวันหยุดเวลา 12.00 – 16.00 น. ร้อยละ 52.8 %

- ทางด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (Mode of Transportation / Modal Split) ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการนิยมเดินทางด้วยรถประจำทาง ร้อยละ 67 และรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 21.5

- ระยะการเดินทางจำแนกตามเส้นทางการเดินทาง (Trip Assignment) ของผู้ใช้บริการศูนย์การค้าย่านบางกะปิ ส่วนใหญ่มีระยะการเดินทางมาประมาณ 0 – 5 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 52 และใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 15 – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 47.8

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การที่ศูนย์การค้าย่านบางกะปามีลักษณะกระจุกตัว และเส้นทางคมนาคมสะดวก ทำเลง่ายต่อการเข้าถึงจากระบบขนส่งมวลชน ส่งผลให้สามารถรองรับความต้องการสินค้าและบริการของของผู้ใช้บริการเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ภายในเขตบางกะปิเอง และพื้นที่อื่นทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดอื่นๆ ได้อีกด้วย

6.3.4 บทบาทของศูนย์การค้าที่ใช้ที่ดินของเมือง

- ศูนย์การค้าในขยายตัวตามการขยายตัวของชุมชนขนาดใหญ่ในเขตบางกะปิ โดยกระจุกตัวรวมกันถึง 12 แห่ง ส่งผลให้เขตบางกะปิมีจำนวนศูนย์การค้าที่ตั้งในพื้นที่มากที่สุดในกรุงเทพมหานคร

- เขตบางกะปิมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ที่ดิน เป็นการใช้ที่ดินประเภทเมืองเพิ่มขึ้นมากจากปี 2529 จนถึงปี 2542 อันดับหนึ่งได้แก่ประเภทที่อยู่อาศัย เปลี่ยนแปลงร้อยละ 68.33 รองลงมาได้แก่ประเภทพาณิชย์กรรม เปลี่ยนแปลงร้อยละ 7.07

- มีความหนาแน่นของอาคารประเภทต่างๆ ทั้ง ตึกแถว , หอพัก /อพาร์ทเมนท์ / คอนโดมิเนียม โดยกระจุกตัวหนาแน่นบริเวณย่านการค้าบางกะปิและรามคำแหง

- ในพื้นที่การค้าย่านบางกะปิมีคุณภาพของการใช้ที่ดินมากขึ้น จากการพัฒนาที่รกร้างว่างเปล่าในพื้นที่มาเป็นศูนย์การค้า เช่น ชุมชนแออัดและที่ดินเสื่อมโทรมบริเวณตรงข้ามศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางกะปิ ปัจจุบันมีการปรับปรุงพื้นที่เพื่อก่อสร้างศูนย์การค้าเทสโก้โลตัส , ที่ดินว่างเปล่าตรงข้ามสำนักงานเขตบางกะปิ ได้ปรับปรุงเป็นตลาด กรีนไลน์ สำหรับเปิดทำขายของและแบ่งลอคให้เช่าทำการค้า เป็นต้น

- มีการพัฒนาที่ดินตามแนวถนนสายหลัก แบบ Ribbon Development เช่น ริมถนน ถ. สุขุมวิท 1 , ถ. สุขุมวิท 2 , ถ. สุขุมวิท 3 , ถ. นวมินทร์ ที่เป็นที่ตั้งศูนย์การค้าประเภท ดิสเคานท์สโตร์ขนาดใหญ่

6.3.4 บทบาทของศูนย์การค้าต่อด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมของเมือง

- ความแออัดของยานพาหนะที่มีต่อสภาพอากาศและเสียงบริเวณศูนย์การค้า ทำให้สภาพอากาศและความสงบภายในชุมชนมีคุณภาพต่ำลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณสี่แยกบางกะปิที่มีปริมาณฝุ่นละอองสูงกว่าค่ามาตรฐาน โดยผู้ใช้บริการเห็นว่าประสบปัญหาหมอกพิษทางอากาศและเสียงบริเวณศูนย์การค้ามากที่สุด ที่ศูนย์การค้าตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 38

- ศูนย์การค้ามีขยะมูลฝอยมากในแต่ละวัน ส่งผลให้ขยะมูลฝอยโดยรวมของชุมชนเพิ่มมากขึ้น เพิ่มภาระกับภาครัฐในการจัดเก็บและทำลายขยะ ทำให้มีขยะบางส่วนมิได้จัดเก็บ รวมถึงศูนย์การค้าขาดการดูแล โดยผู้ใช้บริการเห็นว่าประสบปัญหานี้ที่ศูนย์การค้าตะวันออกมากที่สุด ร้อยละ 46

- หาบเร่แผงลอยที่ตั้งวางขายสินค้าอยู่บริเวณหน้าศูนย์การค้าตะวันออก , บางกะปิ คอมเพล็กซ์ และทางเดินเท้าตลอดย่านการค้าบางกะปิ ทำให้ทัศนียภาพโดยรวมไม่สวยงามอีกทั้งยังกีดขวางการจราจรบนทางเท้าทำให้ผู้สัญจรต้องเดินบนถนน อาจได้รับอันตรายจากยานพาหนะที่สัญจรไป-มา ซึ่งผู้ใช้บริการเห็นว่าประสบปัญหานี้ที่ศูนย์การค้าตะวันออกมากที่สุด ร้อยละ 35.3

นอกจากนี้พฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้บริการก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

6.3.5 บทบาทของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้บริการ

- ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการศูนย์การค้าในย่านบางกะปิเป็นกลุ่มผู้ที่พักอาศัยในสถานที่พักอาศัยและที่ตั้งของศูนย์การค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย โดยมีเหตุผลที่นิยมไปใช้บริการเพราะศูนย์การค้าอยู่ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 61.7

- จุดประสงค์ของผู้ใช้บริการศูนย์การค้าในย่านบางกะปิ เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เป็นแหล่งจับจ่ายสินค้าและบริการ มาเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในเมืองมากขึ้น

สามารถลำดับศักยภาพศูนย์การค้าที่ผู้บริโภคนิยมใช้บริการในย่านบางกะปิ ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ได้แก่ ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ บางกะปิ

ลำดับที่ 2 ได้แก่ ศูนย์การค้าตะวันนา

ลำดับที่ 3 ได้แก่ ศูนย์ค้าส่งแมคโคร บางกะปิ

ลำดับที่ 4,5 ได้แก่ ศูนย์การค้าบางกะปิ คอมเพล็กซ์

ลำดับที่ 6 ได้แก่ ศูนย์การค้าอื่นๆ

และจากการเปรียบเทียบศูนย์การค้าที่ผู้บริโภคนิยมใช้บริการเดินทางไปใช้พบว่า หลังจากทีศูนย์การค้าในย่านบางกะปิขยายตัวได้เดินทางไปใช้ศูนย์การค้าต่างๆในเมืองน้อยลง ดังนั้นศูนย์การค้าในย่านบางกะปินี้ จึงมีส่วนช่วยลดการเดินทางเข้าเมืองเพื่อซื้อสินค้าและบริการได้ ให้ไม่ต้องเสียเวลา ค่าใช้จ่าย ในการเดินทางเข้าสู่ตัวเมืองเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่างๆจากในเมือง ส่งผลให้เกิดการกระจายกิจกรรมทางเศรษฐกิจออกมาสู่รอบเมืองมากขึ้นอีกด้วย

6.4 ปัญหาและข้อเสนอแนะแนวทางการวางแผนพัฒนาศูนย์การค้า

ในการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ของเมืองอันเนื่องมาจากบทบาทของศูนย์การค้านั้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อบริการสาธารณะต่างๆและความน่าอยู่ของเมือง ได้แก่ การจราจร , มลพิษทางอากาศและเสียง , ขยะมูลฝอย , ความปลอดภัย , หาบเร่/แผงลอย นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังก่อให้เกิดปัญหาต่อทัศนียภาพของเมือง รวมไปถึงการเสื่อมถอยของอาคารร้านค้าย่อยอีกด้วย โดยเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาดังนี้

6.4.1 ปัญหาการจราจร

เนื่องจากทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าในย่านบางกะปิ กระจุกตัวอยู่บนถนนลาดพร้าว ที่เป็นถนนสายหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางกะปิที่ตั้งอยู่บริเวณสามแยกแอสปีแลนด์ ซึ่งเชื่อมการจราจรจากทิศทางต่างๆ ส่งผลให้การจราจรติดขัดตามมา

ข้อเสนอแนะ

- ควรมีการระบบการจราจรในพื้นที่ใหม่เป็นบางส่วนในบริเวณแยกแสบปีแลนด์ จนถึงบริเวณสี่แยกบางกะปิ

- สร้างสะพานลอยคนข้ามเพิ่มขึ้นในบริเวณแยกแสบปีแลนด์หรือมีการขยาย สะพานลอย เพราะมีจำนวนผู้ใช้บริการมากและต้องข้ามถนนบริเวณสามแยกอย่างไม่เป็นระเบียบ

- จัดพื้นที่จอดรถเพิ่มเติมช่วงวันหยุดในบริเวณใกล้เคียงเพื่อลดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่ และปรับปรุงสภาพทางเท้ารวมถึงภูมิทัศน์บริเวณริมถนนลาดพร้าวช่วงตลาดบางกะปิและ ตลาดแสบปีแลนด์ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ทางเท้า

6.4.2 มลพิษทางอากาศและเสียง

การเพิ่มขึ้นของการเดินทางก่อให้เกิดเขม่าและควันพิษจากท่อไอเสีย รวมถึงเสียง จากรถยนต์ที่คับคั่ง เป็นตัวทำลายสภาพอากาศและความสงบภายในเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริเวณสี่แยกแสบปีแลนด์ที่เป็นจุดตัดของถนนและที่ตั้งของศูนย์การค้าย่านบางกะปิ

ข้อเสนอแนะ

- ภาครัฐจัดตั้งจุดตรวจวัดคุณภาพอากาศและเสียง และจุดตรวจจับ/ปรับ ยานพาหนะที่มีควันดำและเสียงเกินมาตรฐานเป็นประจำในบริเวณสามแยกบางกะปิ

- ย้ายสถานที่จอดรถโดยสารประเภท รถตู้ รถสองแถว จากเดิมที่อยู่บริเวณหน้า ศูนย์การค้าไปอยู่ในบริเวณหลังศูนย์การค้าที่มีที่ว่างและประชาชนพลุกพล่านน้อยกว่า

6.4.3 ชยะมูลฝอย

กิจกรรมต่างๆที่ศูนย์การค้าทั้ง 5 แห่งในย่านการค้าบางกะปิ จัดไว้รองรับผู้ใช้บริการ อาทิ ร้านอาหาร / คลินิก / สถานเสริมความงาม ฯลฯ ส่งผลต่อจำนวนปริมาณขยะของชุมชน ซึ่งเพิ่มภาระในการจัดเก็บของภาครัฐ รวมถึงตลาดขนาดใหญ่ 3 แห่ง ส่งผลให้เกิดปัญหาการ จัดเก็บขยะมูลฝอยขึ้นในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

- สนับสนุนให้ศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ ใช้วัสดุบรรจุสินค้าที่สามารถย่อยสลายได้ และจัดตั้งถังขยะรีไซเคิลให้นำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือนำมาแลกเป็นส่วนลดต่างๆภายในศูนย์การค้า

- ภาครัฐเพิ่มศักยภาพในการจัดเก็บขยะ หรืออาจขอการสนับสนุนจากภาคเอกชน โดยอาจนำค่าใช้จ่ายมาเป็นส่วนลดด้านภาษี

6.4.4 ความปลอดภัย

ศูนย์การค้าบางกะปิคอมเพล็กซ์เปิดดำเนินการมาหลายปี ย่อมเสื่อมโทรมลงเนื่องจากขาดการปรับปรุง และอาจเกิดความละเอียดในเรื่องความปลอดภัยภายในศูนย์การค้าหรือความไม่แข็งแรงของตัวอาคาร ส่วนศูนย์การค้าตะวันออกผู้ให้บริการเห็นว่าอาจเกิดปัญหาการโจรกรรม และไฟไหม้ เนื่องจากขาดระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี

ข้อเสนอแนะ

- มีการตรวจสอบสภาพอาคารศูนย์การค้าทุก 5 ปี ทุกศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตบางกะปิ รวมถึงศูนย์การค้าควรจัดอบรมบุคลากรภายในศูนย์การค้าให้มีความพร้อมในการป้องกันและแก้ไขเหตุการณ์ร้ายแรงต่างๆ โดยประกาศให้ประชาชนผู้มาใช้บริการทราบเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ
- ศูนย์การค้าตะวันออกและบางกะปิคอมเพล็กซ์ ควรทุกแห่งจัดระบบรักษาความปลอดภัย ให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการตั้งจุดตรวจภายในศูนย์การค้าโดยเฉพาะบริเวณลานจอดรถของศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางกะปิที่มีการฉายภาพยนตร์รอบหลังเวลา 22.00 น.

6.4.6 ทัศนียภาพของชุมชน

อาคารบางกะปิคอมเพล็กซ์ที่เปิดดำเนินการมาหลายปี มีความทรุดโทรมของสภาพอาคาร และการขาดระเบียบของหาบเร่ / แผงลอย บริเวณทางเท้าริมถนน สิ่งเหล่านี้ถึงแม้เป็นปัญหาภายในของผู้ประกอบการแต่ละแห่งเอง แต่ส่งผลต่อทัศนียภาพโดยรวมของเมือง

ข้อเสนอแนะ

- จัดพื้นที่บริเวณที่มีการตั้งหาบเร่ / แผงลอยให้เป็นระเบียบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณศูนย์การค้าบางกะปิคอมเพล็กซ์และศูนย์การค้าตะวันออก โดยตั้งแนวเขตการตั้งแผงค้า รวมถึงจัด รูปแบบ ขนาดของร้านค้า สีสีน ลักษณะการตั้งวางขายสินค้า หรือรถเข็นขายสินค้าที่มีรูปแบบเดียวกัน เพื่อสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อย
- ขุดลอกคลองบ้านหนัง ให้ระบายน้ำได้สะดวกเพื่อความสะอาดและสวยงาม และขอความร่วมมือจากร้านค้าช่วยกันดูแลทัศนียภาพของคลองซึ่งจะเป็นที่หมายตา(LandMark) ที่สำคัญให้กับย่านการค้าได้

6.4.7 การเชื่อมตอยของอาคาร / ร้านค้าย่อย

การแข่งขันกันอย่างมาทางด้านการตลาด ของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ภายในเมือง ส่งผลให้ร้านค้าย่อยบริเวณริมถนนแฮปปี้แลนด์ สาย 1 , 2 และที่กระจายตัวอยู่ใน ย่านชุมชนของเมืองได้รับผลกระทบซึ่งเกิดจากพื้นที่ขาดที่จอดรถ ไม่สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก , จำนวนสินค้าและบริการน้อย , ราคาสินค้าสูงกว่าศูนย์การค้า ทำให้ผู้ใช้บริการลดน้อยลง

ข้อเสนอแนะ

- ภาครัฐกำหนดมาตรการควบคุมศูนย์การค้าประเภทดิสเคานท์สโตร์ เพื่อคุ้มครองธุรกิจค้าปลีกขนาดกลาง – เล็กให้สามารถอยู่ได้ด้วยการสงวนสินค้าบางประเภทสำหรับร้านค้าขนาดเล็ก รวมถึงอาจให้มีการพิจารณาให้ไปตั้งอยู่นอกเขตเมืองหรือชานเมือง
- มีการจัดทำประชาพิจารณ์สอบถามความเห็นของประชาชนในเมือง ที่จะมีศูนย์การค้าขนาดใหญ่เข้ามาตั้งในพื้นที่ เพื่อนำมากำกับทางเลือกทำเลที่ตั้งการประกอบธุรกิจศูนย์การค้าขนาดใหญ่ภายในเมือง
- ส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกขนาดกลาง – ขนาดเล็กให้ปรับตัวในการประกอบการในภาวะปัจจุบัน โดยการให้ความรู้และฝึกอบรมวิธีการจัดการใหม่ๆและรวมกลุ่มในลักษณะย่านการค้าเฉพาะ (Niche Market) สร้างแรงดึงดูดให้ผู้ใช้บริการสนใจ รวมถึงกระจายความเจริญในด้านศูนย์กลางธุรกิจไปยังพื้นที่ย่านอื่นๆที่มีศักยภาพ เพื่อป้องกันการกระจุกตัวของศูนย์การค้า

6.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาบทบาทของศูนย์การค้าในพื้นที่ด้านอื่นๆของกรุงเทพมหานคร ที่มีการกระจุกตัวของศูนย์การค้า เช่น บริเวณย่านถนนรัชดาภิเษก ย่านปทุมวัน รวมถึงย่านชานเมืองในด้านตะวันตก ด้านทิศใต้ ที่ปัจจุบันมีการขยายตัวของศูนย์การค้าประเภทดิสเคานท์สโตร์ขนาดใหญ่ขึ้นในหลายพื้นที่ เพราะปัจจุบันศูนย์การค้าประเภทนี้มีสินค้าและบริการเสมือนเป็นห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งมิใช่เพียงสถานที่จำหน่ายสินค้าเพียงอย่างเดียว กล่าวคือ มักมีร้านอาหาร/ภัตตาคาร , ร้านค้าย่อย , ธนาคาร , โรงเรียนสอนพิเศษ ฯลฯ อยู่ในบริเวณพื้นที่

นอกจากนี้ควรมีการศึกษาถึงบทบาทของศูนย์การค้าที่เข้าไปตั้งในพื้นที่จังหวัดใหญ่ที่มี การขยายตัวของชุมชนและมีศักยภาพในการลงทุนธุรกิจศูนย์การค้า เช่น จังหวัดนครปฐม , กาญจนบุรี , เพชรบุรี , นครราชสีมา , ชลบุรี , พิษณุโลก , ขอนแก่น , ฯลฯ เนื่องจากในแต่ละพื้นที่ มีรูปแบบวัฒนธรรมของชุมชนแตกต่างกันไป ซึ่งผลกระทบต่างๆที่เกิดขึ้นจากบทบาทของ ศูนย์การค้าย่อมแตกต่างกันไปด้วย และควรมีการศึกษาถึงแนวทางการวางแผนพัฒนาและควบคุม การขยายตัวของธุรกิจศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในแต่ละพื้นที่

ข้อเสนอแนะดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อป้องกันการกระจุกตัวของศูนย์การค้าที่จะส่งผลกระทบในด้านต่างๆต่อเมืองตามมา รวมถึงธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อยของเมืองซึ่งน่าที่จะรักษา รูปแบบการค้าแบบดั้งเดิมของเมืองไว้ เป็นต้น